

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Abidin, Y. Z. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Asep Saepul Hamdi, E. B. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Durianto, D. (2011). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D. S. (2004). *Strategi menaklukkan pasar: melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinan, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gaynor, L. G. (2012). *Fashion Marketing Communication*. USA: Wiley.
- George E. Belch, M. A. (2017). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. USA: McGraw-Hill Education.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Greenwood, G. L. (2013). *Fashion Marketing Communications*. United Kingdom: John Wiley & Sons, Ltd.
- J. Craig Andrews, T. A. (2017). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. USA: Cengage.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*. USA: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. USA: Pearson Education.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Malhotra, N. K. (2016). *Marketing Research an Applied Orientation*. Chennai: Pearson India Education Services.
- Neuman, W. L. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial Pendekatan Kualitatif*. Jakarta: Indeks.

- Royan, F. M. (2014). *Marketing Celebrities, Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri*. Jakarta: Media Komputindo.
- Salim, S. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2010). *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2011). *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Setyosari, P. (2016). *Metode penelitian pendidikan dan pengembangan*. Jakarta: Kencana.
- Siyoto S., S. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Ssiregar, S. (2010). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Supranto, J. M. (2008). *Statistik : Teori dan Aplikasi (Edisi Ketujuh)*. Jakarta: Erlangga.

Sumber Jurnal

- Alifia Sarah Mardiani, A. W. (2018). PENGARUH BRAND AMBASSADOR TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BANDUNG KUNAFE CAKE. *e-Proceeding of Management : Vol.5, No.2, 2577-2583*.
- Diah Syafita Johar, S. K. (2015). *PENGARUH AIDA (ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION) TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN ONLINE*. Malang: Universitas Brawijaya.

- Masyita, D. A., & Yuliati, A. L. (2017). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DIAN SASTROWARDOYO TERHADAP BRAND IMAGE PRODUK MAKE UP L'OREAL PARIS. *JRAMB*, 41-47.
- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN TAGLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DENGAN MEDIASI BRAND. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- horiq Anugrah Fatra Pradana, E. Y. (2015). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli Konsumen Jasa Reservasi Hotel Secara Online pada Situs www.goindonesia.com (The Influence Of Brand Awareness On Customer Purchasing Intention Of Online Hotel Reservation At Www.Goindonesia.Com Site). *e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3*, 2611-2619.
- Yunanda, A. D. (2018). PENGARUH ARTIS IQBAAL RAMADHAN SEBAGAI BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND AWARENESS RUANG GURU.COM. *Skripsi (S1)*.

Sumber Online

- Andrafirdaus, R. (2021, Februari 07). *Potensi Bisnis Kuliner yang Pasti Menguntungkan*. Retrieved from [economy.okezone.com: https://economy.okezone.com/read/2021/02/05/455/2357056/potensi-bisnis-kuliner-yang-pasti-menguntungkan](https://economy.okezone.com/read/2021/02/05/455/2357056/potensi-bisnis-kuliner-yang-pasti-menguntungkan)
- Evandio, A. (2019, September 22). *Travelling Bisnis*. Retrieved from Memori Masa Kecil Jadi Citarasa: Ayam Woku ala Chef Juna di Dailybox: <https://traveling.bisnis.com/read/20190922/223/1150935/memori-masa-kecil-jadi-citarasa-ayam-woku-ala-chef-juna-di-dailybox>
- Juniman, P. T. (2017, 01 18). *Gaya Hidup Masyarakat Menjadikan Bisnis Kuliner Menjanjikan*. Retrieved from [cnnindonesia: https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170118121405-262-187137/gaya-hidup-masyarakat-menjadikan-bisnis-kuliner-menjanjikan](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170118121405-262-187137/gaya-hidup-masyarakat-menjadikan-bisnis-kuliner-menjanjikan)
- Membangun Brand Awareness untuk Kelangsungan Bisnis*. (2019). Retrieved from [jurnal.id: https://swa.co.id/swa/headline/serbuan-merek-asing-di-industri-makanan-dan-minuman-indonesia](https://swa.co.id/swa/headline/serbuan-merek-asing-di-industri-makanan-dan-minuman-indonesia)